

Мобильные сервисы на лидирующих рынках

Чему мы можем научиться, что предложить и
что поменять



Кирилл Петров, управляющий директор, i-Free



Темы выступления

- Чем отличается наш рынок?
- Тарифная политика операторов в области передачи данных
- Мобильный маркетинг и QR-коды
- Мобильные платежи и NFC
- Наши сильные и слабые стороны





Особенность момента

В «трубку» (так ее когда-то называли), как в универсальное и личное устройство, уходит все больше повседневных действий человека: общение, платежи, развлечения, навигация, прослушивание музыки, фото и видео съемка, получение информации, покупка товаров. А значит, конкурентами (партнерами?) за его внимание и пространство в «мобильнике» становятся все новые игроки: телевидение, банки, интернет-компании, издательства, ретейл и т.п.

2008ой – критический для выбора сервис-провайдерами и операторами VAS стратегии на ближайшие годы.

- Спрос на традиционный мобильный контент – продолжает снижаться
- Многие сервис-провайдеры превращаются в посредников
- Растет конкуренция со стороны WEB-компаний в сфере социальных сетей, геопозиционировании, продажах цифровой музыки, Интернет-рекламы и т.п.





Основные отличия российского рынка

- **Операторы не контролируют рынок продаж мобильных телефонов и не субсидируют покупку телефона**
 - У операторов нет возможности влиять на политику вендоров, нет возможности встраивать свои приложения и создавать «кнопки доступа» к услугам
 - На рынке есть отдельный и сильный участник – ретейлеры, причем топ-5 ретейлеров контролируют 90% продаж телефонов и имеют собственные стратегии работы с вендорами и мобильными услугами
- **Рынок D2C (off-portal) начал формироваться раньше on-portal модели**
 - Появились сильные, независимые игроки (сервис- и контент-провайдеры) с собственными технологиями и моделями работы с рынком
 - Отсутствие барьеров для off-portal браузеринга привело к активному развитию среды WAP, появилось множество независимых wap-ресурсов
- Пример UK позволил вовремя увидеть угрозу в европейской subscription-модели и МТ-биллинге и начать формирование **цивилизованной модели подписки**
- **Существует модель разделения доходов от трафика**
- **Сети 3G запускаются позже, нежели в других странах**
- **Существует диалог между сервис-провайдерами и операторами**
 - MoKo, VAS Conference
 - Ассоциация провайдеров мобильных услуг и контента





Тарификация трафика передачи данных

- Ключевой причиной снижения спроса на контент стало **повышение стоимости услуг**, в связи с появлением «скрытой» цены за трафик (ситуация характерна для всех стран)
- Появление условно-безлимитных тарифов в 2006-2008 гг. меняет ситуацию. **Отмечается рост спроса на контент.**
 - **Япония** – рост цен и объемов продаж комиксов, игр, музыки
 - **UK** – продажа full-track музыки и видео
- В 3G сетях цены на передачу трафика неизбежно снижаются, в конечном итоге все операторы внедряют flat-rate тарифы.



Тарификация трафика Кейс T-Mobile UK

- Внедрение HSDPA-3G сети. Проведено исследование причин низкого потребления услуг связанных с передачей данных. Выявленные причины:
 - Негативный опыт работы с WAP: медленный и дорогой
 - Скептицизм относительно ценности новой мобильной сети – она не стоит того, чтобы за это платить
 - потребители не понимают любой тарификации, построенной по принципу «за килобайт/мегабайт», вне зависимости от того, насколько низкие цены («Сколько мне надо? Сколько это будет в страницах?»)
- Решено:
 - Создать предложение с низким барьером для входа (период бесплатного тестирования)
 - Формирование Flat-Rate предложения (избежать привязки к килобайтам/мегабайтам)
- Flat-Rate позволяет улучшить восприятие цифровых услуг благодаря:
 - - возможности избежать «шока при виде счета»
 - - легкому пониманию
 - - очевидной ценности за понятные деньги
 - - неограниченному, безлимитному пользованию

web 'n' walk on pay monthly

£7.50 per month flat rate

Available with any Flex™ or Relax plans.



Motorola 6233 MDA Compact II

web 'n' walk on U-Fix

Never more than £1 a day

Or, add it as a bundle for just £7.50 extra on you monthly bill.



Motorola V3i Nokia N70

web 'n' walk on pay as you go

Never more than £1 a day

Paid from top-up.



Motorola V3 Nokia 6101



Тарификация трафика Кейс «3» UK



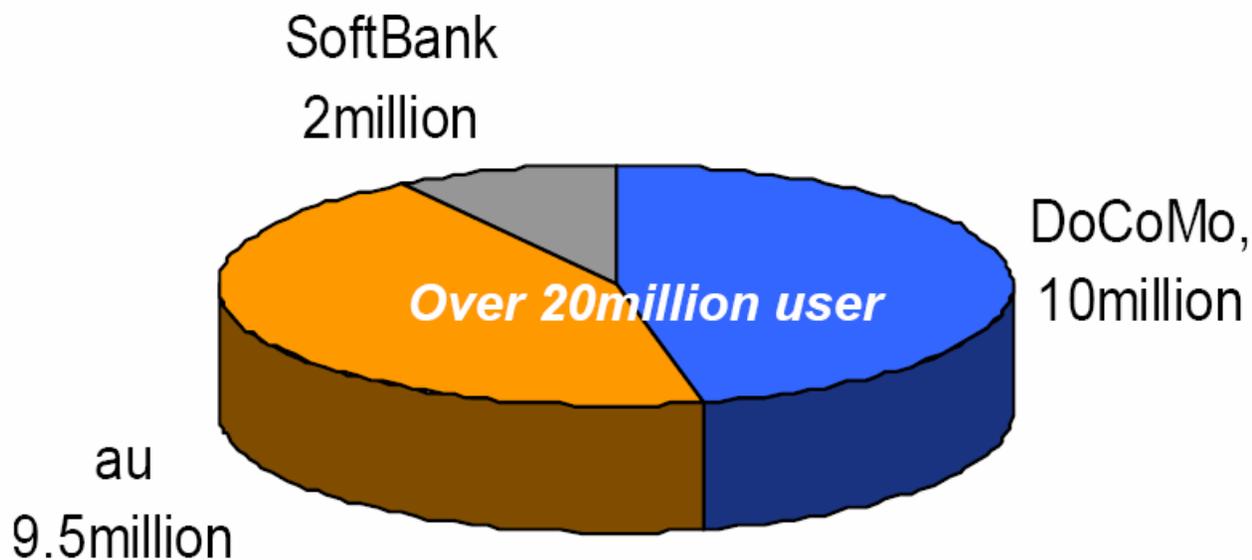
- 16 ноября 2006 года – предложение «X-Series»: тарифный план + набор сервисов
 - Условно безлимитный трафик (1Гб в месяц) - 5 фунтов в месяц
 - +5 фунтов за набор сервисов Skype, push e-mail, Yahoo!
 - +10 фунтов дополнительно за все перечисленное+сервисы Orb и Sling
 - Для маркетинговой дифференциации между тарифными планами “3” искусственно технически ограничивает доступность отдельных портов, адресов и функциональности web-сервисов внутри своей сети.
- 29 октября 2007 года – представлен Skypephone – телефон с аппаратно интегрированным Skype, работающим в рамках X-Series.
- Предложение «X-Series» было позитивно воспринято рынком, за год оператор предложил его во всех основных странах, где работает «3».





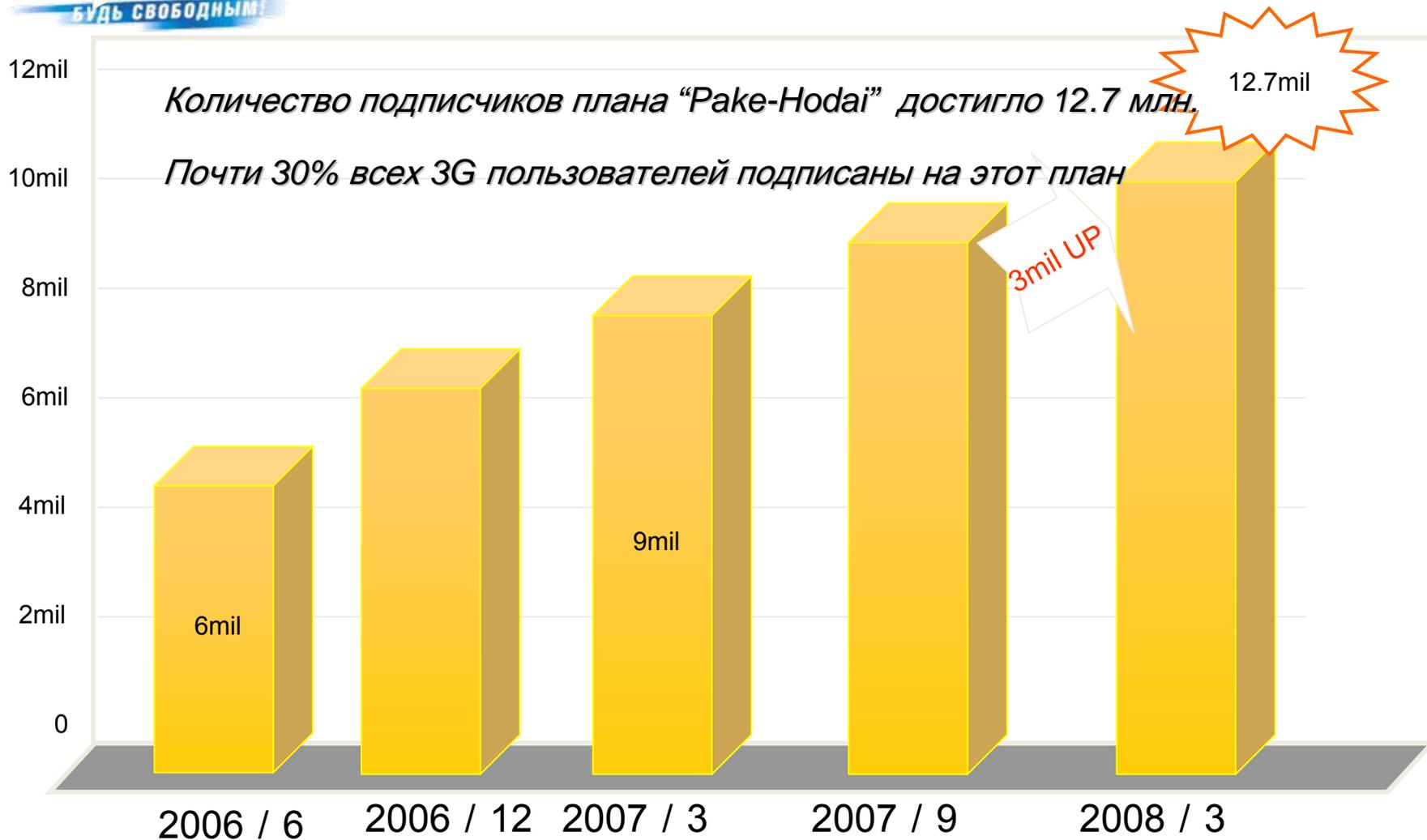
Подписчики flat-rate тарифов в Японии

- DoCoMo (FOMA): 10 млн. (май, 2007)
- Au (KDDI): 9,5 млн. (дек, 2006)
- SoftBank: 2 млн.





Flat Rate в DoCoMo





Тарификация трафика

Выводы

- Безлимитные (Flat-Rate) тарифы на передачу данных являются логичным следствием **эволюции сотовой связи**
- Flat-rate data тарифы **являются оптимальными для пользования мобильных VAS**
- Большинство Flat-rate тарифов являются «**условно безлимитными**», обычно в пакет включается 1Гб трафика
- С проникновением flat-rate тарифов существенно **растет спрос на дополнительные услуги и мобильный контент**
- Flat-Rate тарифы могут и **должны вводиться постепенно**, с учетом наличия негативного опыта пользования варом (тестовые бесплатные периоды в 3G сетях), с поэтапным снижением цены и дифференциацией
- Безлимитные тарифы **повышают лояльность абонентов** к услугам и оператору



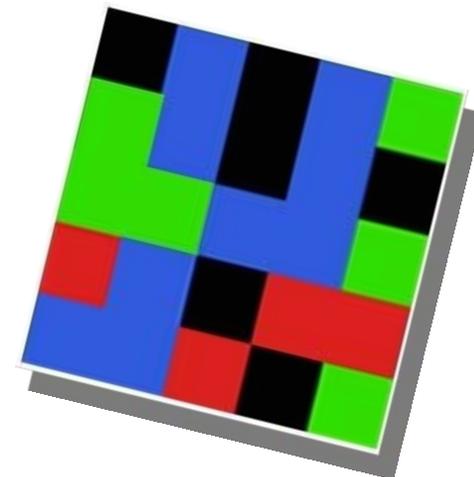


Мобильный маркетинг и QR-коды

Инфоластинг. Тэгирование объектов из реального мира.



- SHOT коды
- SMS коды
- QR коды
- UP коды
- И т.д.



- **QR codes** (Quick Response Codes) – закодированная информация, в т.ч. ссылки на сайты с информацией о продуктах
- **Мобильный маркетинг**
 - Измерение эффективности рекламных поверхностей
 - Ссылки на дополнительную информацию
 - Сравнение цен
 - Исследования потребителей
 - "Оживление" печатной и наружной рекламы
 - Cool'ная фиша



雜誌資訊連結



個人部落格連結

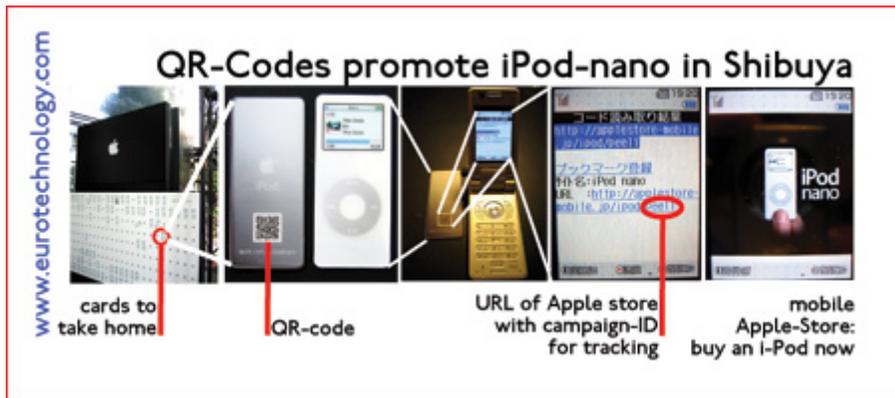


自動文字輸入



QR-коды.

- Рекламная кампания Apple – постеры только с QR-кодами
- Визитные карточки
- Информация о скидках, распродажах, возможность мониторинга эффективности рекламы
- Реклама фильмов – наведи и смотри трейлер
- TV-шоу (QR-коды на экране)



i-FREE
 БУДЬ СВОБОДНЫМ!

Кейс KDDI. Промо с QR-кодами

au by KDDI



プレミアムな週末を、
QRコードから体験しよう。

ケータイのカメラ機能でQRコードを読み取れば、
映像や音声で観られる6つの異なるストーリーをダウンロードできます。




画面の中にある6つのコードそれぞれを
携帯電話のカメラバーコード読み取り
機能で読み取る

モバイルサイトに
アクセスします → 「これが体験したQR-ADストーリーを
映像や音声、写真でお楽しみください」

W43T
by TOSHIBA

簡単操作で音楽を楽しむ。ナビも3Dに進化した、カジュアル・ミュージックケータイ。
 ● CD楽曲などもケータイで楽しめる「au LISTEN MOBILE SERVICE」対応
 ● 立体表示でわかりやすいUP、[3Dナビ]対応 ● 高画質カメラ搭載、各種機能が充実

KDDI

©2007 KDDI CORPORATION | 011-261-0111 | www.au.kddi.com

SUNTORY






SUNTORY
The PREMIUM MALT'S

■ この広告に関する詳細は、<http://QR.ad.com> お問い合わせ info@QR-ad.com
©2007 Suntory Beverage & Food Co., Ltd. All rights reserved.

ビールで日本初の快挙。
世界の舞台で最高金賞受賞。
サントリー・モルツは、連続的なコンテスト「ビール・モルツキング」で日本で初めて「最高金賞」に輝きました。

飲酒は20歳を過ぎてから。
お酒はなによりも適量です。あき缶はリサイクル。
妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。

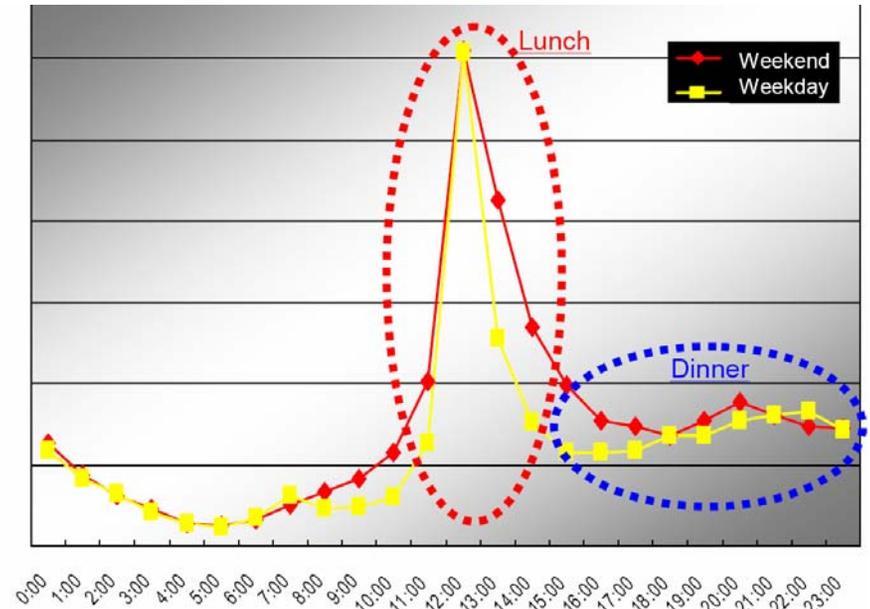
STOP
飲酒運転

LISMO!

©2007 Suntory Beverage & Food Co., Ltd. All rights reserved.

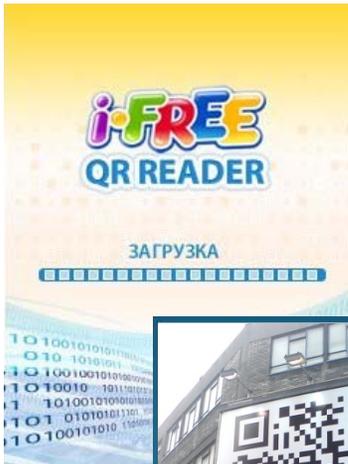


Кейс D2 Communications «Лапша Nisshin»

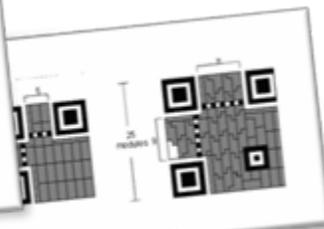
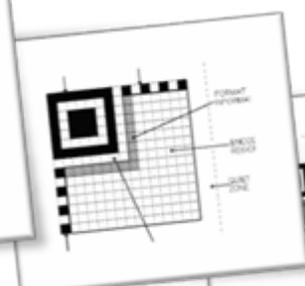
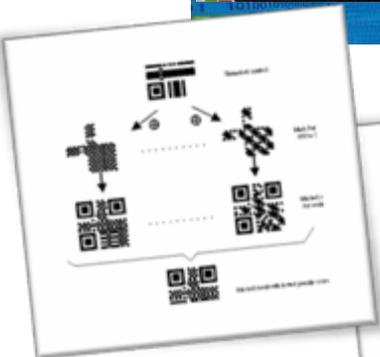




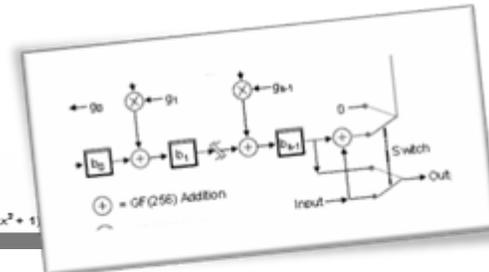
i-Free и INFOLUST



- Июнь 2008 года – i-Free представляет QR-reader собственной разработки
 - Алгоритм распознавания и декодирования QR кодов
 - Реализация алгоритма под Java, Windows Mobile, Symbian, Brew
 - Распознавание в реальном времени под Windows Mobile
 - Портинг на самые популярные российские модели (сентябрь-октябрь 2008)
 - Русский интерфейс
 - Высокая точность декодирования
 - Возможности по интеграции во внешние ODP



Polynomial: $x^2 + x + 1$
Raise power to the (18 - 6) th: $x^{14} + x^{12} + x^{12}$
Divide by G(x): $= [x^{12} + x^{11} + x^{10} + x^9 + x^8 + x^7 + x^2 + 1$





Near Field Communications

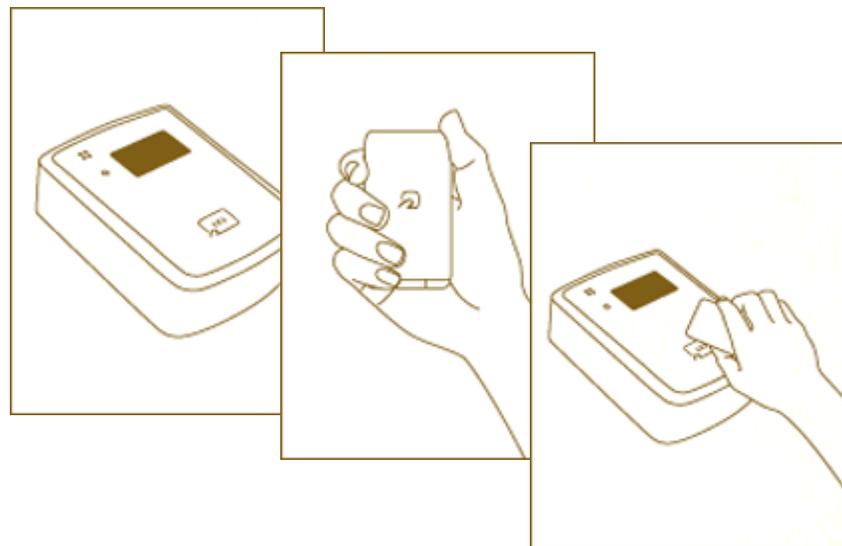
- 450 млн. мобильных телефонов будут обладать NFC к 2011 году (ABI Research)
- Треть всех мобильных телефонов будет обладать возможностью NFC через 3-5 лет (Frost & Sullivan)
- Системы оплаты, основанные на мобильных технологиях обеспечат \$36млрд.долл. затрат к 2011 году (Strategy Analytics)
- RFID-чипы встраиваются в пластиковые карты (первоначальная модель)
 - Транспорт (общественный транспорт, автомагистрали)
 - Банковские-карты
 - Дисконтные карты, программы лояльности
 - Электронные пропуска
- Телефоны с интегрированными RFID-чипами. В чипе есть область памяти для использования внешними приложениями. В телефоне – управляющие приложения от платежных систем, банков, транспортных сетей и т.п.
 - Интеграция в телефоны (Япония, Nokia 5140, 6131, etc.)
 - Интеграция в телефоны и SIM-карты





NFC и мобильные платежи в Японии

- Платформа FeliCa (Sony, DoCoMo)
- Платежные системы Suica, Pasma (транспорт)
- EDY – электронные деньги от bitWallet (ритейл)
- DCMX (NTT DoCoMo) – кредитная платежная система
 - Id credit payment service (июль, 2004г)
 - DoCoMo Mobile credit service “DCMX” (март, 2006)
- 50% всех телефонов у населения имеют RFID-чип
- M-Ticketing, M-Vending, OnLine Credits, purchase products at point of sale
- Телефоны служат не только платежным инструментом, но и членскими карточками, ключами и пр.





NFC и мобильные платежи в Японии

Contactless Payment Service Operators

Payment type	Company Type	Company	Service Brand	Start-up date	Area	No. of Merchants	No. of Issued Cards	Osaifu Keitai			E-commerce	
								NTT docomo	KDDI (au)	Soft Bank	Web site	Mobile site
	Neutral			Pioneer	Anywhere around Japan		Anyone				Anywhere	
Prepaid	Specialized	bitWallet	Edy	2001	all over Japan	68,000 (Oct. '07)	33.4M (Oct. '07)	○	○	○	○	○
	Traffic	East Japan Railway Company	Suica	2004 (for shopping)	JR East area	21,780 (Aug. '07)	18.54M (Aug. '07)	○	○	○	—	○
		26 Railway Companies 75 Bus Companies	PASMO	2007	Kanto area		4.52M (Aug. '07)	—	—	—	—	—
		West Japan Railway Company	ICOCA	2005 (for shopping)	JR West area	280 (Aug. '07)	3.06M (Aug. '07)	—	—	—	—	—
	Retail	IY Card Service	nanaco	2007	all over Japan	11,848 (Aug. '07)	4.57M (Aug. '07)	○	○	○	—	—
AEON		WAON	2007	all over Japan	4,700 (Aug. '07)	0.7M (Aug. '07)	—	—	—	—	—	
Postpaid (Credit card services with mobile phone)	Mobile telecom	NTT docomo	iD	2005	all over Japan	170,000 terminals (Jul. '07)	3.65M (Jul. '07)	○	—	—	—	○
	Traffic	SURUTTO KANSAI ASSOCIATION	PiTaPa	2004 (for shopping)	Kansai area	16,000 (Jul. '07)	0.79M (Jul. '07)	—	—	—	—	—
		JCB	QUICK Pay	2005	all over Japan	63,000 terminals (Jul. '07)	2.65M (Jul. '07)	○	○	○	—	—
	Credit card	Mitsubishi UFJ Nicos	Smart Plus (Visa Touch)	2004	all over Japan	15,000 (Jun. '07)	0.22M (Jun. '07)	○	○	○	—	—



NFC и Ассоциация GSM



Приложение
Кредитная карта в
UICC/SIM



Поднесите
и платите



ПИН-
авторизация



Товары
приобретены

- Проект Pay-Buy-Mobile. 40 операторов в пилотных проектах.
- Сформулированы требования к мобильным телефонам.





Россия vs World

● "+"

- Развитый off-portal рынок
- Быстрая смена телефонов (1-1,5 года)
- Высокий уровень разработок
- Успешное внедрение RBT
- Наличие диалога между операторами и сервис-провайдерами

● "-"

- Отсутствие модели для мобильных платежей
- 3G сети только в самом начале
- Нет легальной модели продаж цифрового контента в Сети
- Высокий уровень пиратства



Кейсы из первых рук



FastForward

Передовой Опыт Лучших Компаний



- Менеджмент тур в Японию для телеком компаний
- Встречи с лидирующими операторами, сервис-провайдерами, разработчиками Японии
- i-Free – представляет FastForward на территории России



КТО МЫ?

i-Free - динамично развивающаяся инновационная компания, работающая в сфере мобильных услуг и контента с 2001 года. Занимает лидирующие позиции на рынке России.

Основные направления деятельности компании:

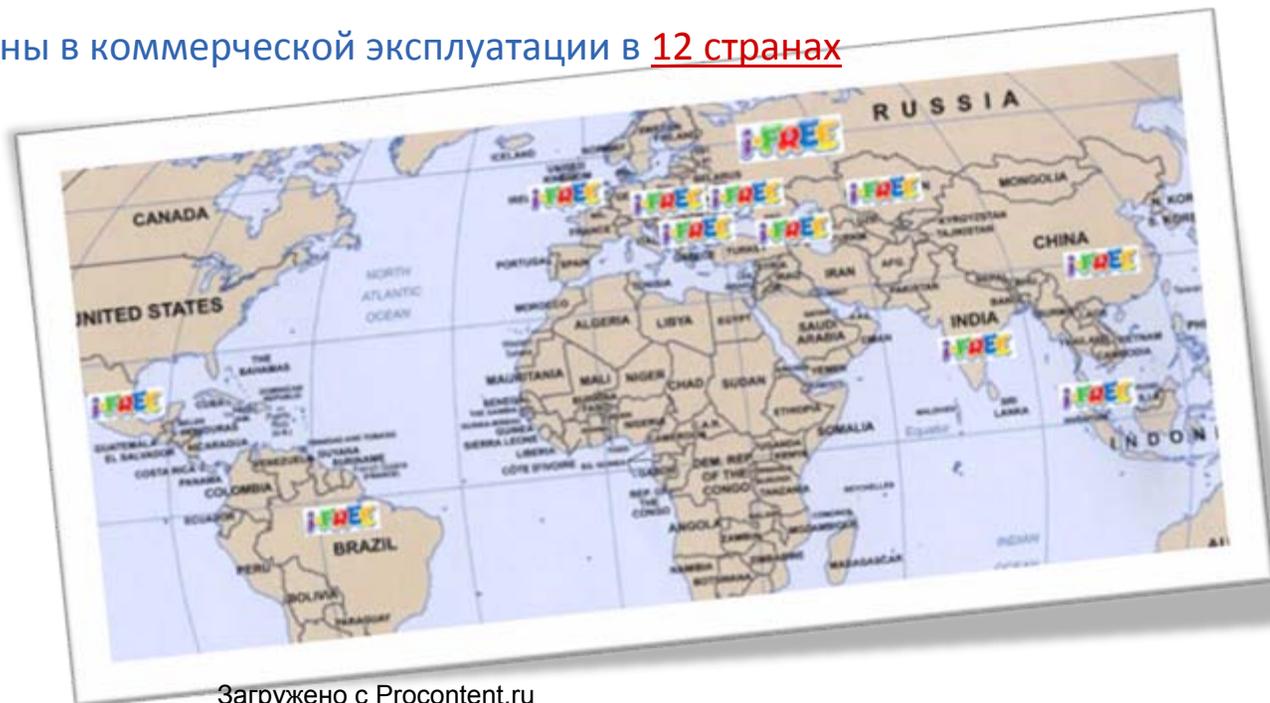
- Content design and distribution (video, images, music, Java and BREW games)
- Development and marketing of communication solutions, SNS and communities
- Infotainment services
- Development of On-Device Portals (J2ME, BREW)
- Mobile marketing and integrated media projects
- Production and aggregation of mobile video content for 3G networks
- Mobile-CRM
- Mobile-Banking
- Mobile-Vending
- Mobile-Payments





i-Free – группа компаний

- Основана в 2001, Штаб-квартира находится в Санкт-Петербурге
- Более 350 сотрудников в России, Украине, Казахстане, Бразилии, Индии, Китае, Мексике
- Абоненская база – более 54 миллионов уникальных покупателей
- Более 30 миллионов пользовательских запросов в сутки
- 1st место в рейтингах компании Beeline (1stq 2008, 2007, 2005, 2004), 2nd место MTS (4thq 2007), 2nd место NW Megafon (2007), 3rd место Megafon (2007, 2006), 2nd место Megafon (1st q2008)
- Сервисы i-Free доступны в коммерческой эксплуатации в 12 странах



Некоторые наши проекты



Various branded portals for MTS, Beeline, Disney etc.



Tele2 portal management



M-Vending Solutions



Samsung FunClub CIS management





Спасибо!

Кирилл Петров
Управляющий директор
kir@i-free.ru

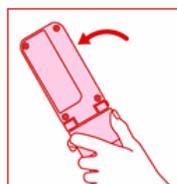




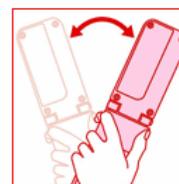
Мобильные игры

- Америка
- Европа
- Япония
- Россия

- Казуальные игры
- MMORPG игры
- 3D-игры
- Социальные игры



Tilt the handset



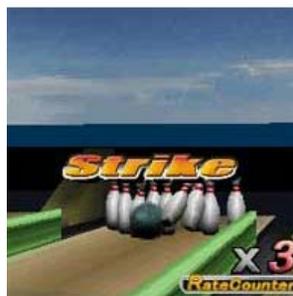
Shake the handset



Move your body while holding the handset



Talk into the handset





Enabling technologies and models

HSPA

- VOD
- Digital Music Distribution
- Video IVR
- On-line games

Flat-Rate

- Growth of data services usage
- Growth of content services usage

DVB-H

- Media portals
- Mobile TV

QR-codes

- Mobile D2C content
- Mobile advertizing

NFC & RFID

- m-Commerce
- e-Money
- ID

Positioning

- Location-based Social Networks
- Navigation services